

## A Potenza l'assemblea della Fnaarc-Confcommercio

# Quasi duemila agenti di commercio: un volano per l'economia lucana

POTENZA - Ogni giorno 250.000 agenti di commercio (circa 1.800 in Basilicata) visitano ogni angolo della penisola, che specie in provincia di Potenza significa "macinare" centinaia di chilometri e ogni giorno sviluppano più di un milione di contatti con negozianti, clienti, aziende. Oltre che un volano per l'economia del Paese, è una categoria professionale che rappresenta un crocevia di informazioni assai utili e concrete per misurare le tendenze e le nuove prospettive del mercato. Sono queste le valutazioni alla base dell'assemblea della Fnaarc, la federazione di categoria aderente a Confcommercio imprese per l'Italia della provincia di Potenza, che si è tenuta per fare il punto dei problemi della categoria e presentare il "pacchetto convenzioni" per gli agenti associati a Fnaarc. "La nostra categoria sebbene in un momento poco favorevole sottolinea il Presidente Provinciale geom. Angelo Lovallo - è costretta

ogni mattina ad armarsi di un sorriso ed a percorrere il nostro territorio regionale per la promozione e la tentata vendita dei propri articoli o prodotti. Dunque, ancor più oggi, al settimo anno di questa crisi che pare interminabile, con segnali di ripresa impalpabili, è indispensabile fare gruppo, mantenere una grande coesione, investire tutti insieme per essere preparati ad affrontare un mondo assolutamente nuovo e differente dal passato". Gli agenti hanno investito e continuano ad investire nel proprio lavoro. Per fare un esempio: annualmente rinnovano il parco macchine per 2 miliardi, e spendono 1.600 milioni per il carburante, di cui circa 1.000 vanno in tasse ed accise. "Considerato dunque che l'autovettura per la nostra categoria rappresenta il bene primario da tenere sempre in efficienza - riferisce ancora Lovallo - sono stati promossi contatti con agenzie ed imprese per il noleggio a lungo termine ed ottenuto dei migliorativi alle già ottime condizioni di acquisto riservate a livello Nazionale per noi Agenti di Commercio, siglando accordi con rivendite di gomme ed altre attività di servizi di telefonia, spedizioni, risto-

razione e ricettività alberghiera". Per la Fnaarc-Confcommercio è necessario dotarsi di programmi innovativi per reggere la crisi: l'agente di commercio sino agli anni '90 ha dominato il mercato della GDO in senso assoluto proprio grazie alla estrema frammentazione che ha portato il sistema ad essere ancora in ritardo rispetto ad altri Paesi europei. Nel tempo sia per i processi di concentrazione sia per il cambio di mentalità del Retail che ovviamente preferisce arrivare direttamente alla fonte per trovare i prezzi migliori, l'agente di commercio ha perso molto del suo "appeal". Con la crisi economica, con la volontà di ritornare agli albori, con assortimenti sempre più precisi e locali, con il parziale fallimento delle Centrali di Acquisto che di fatto hanno spostato gli investimenti dalla periferia alla Centrale, gli agenti di commercio stanno riprendendo sul campo la propria insostituibile funzione".





I presidente nazionale e provinciale del Fnaarc